



Evaluating the Policies of Different Iranian Governments on Corporate Social Responsibility: Outlining an Optimal Model

Sina sheikhi¹ ¹. PhD Student in Sociology, University of Tehran, Email: Sina.sheikhi@ut.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article Article history: Received: 2025 - 1 - 25 Received in revised form: 2025 - 2 - 18 Accepted: 2025 - 3 - 16 Published online: 2025-5-10 Keywords: Social responsibility, development, corporation, policymaking, environment.	Social and environmental challenges in the late 20th century, and their escalation into crises in the 21st century, have heightened the importance of social considerations in governance. Given that markets and industries are among the most influential actors in modern societies—and many of these challenges, particularly environmental ones, are byproducts of their activities—corporate social responsibility (CSR) has taken on a critical role in mitigating social and environmental risks. Industries and corporations pose significant social and environmental hazards, yet successive Iranian governments have failed to adequately regulate and legislate in this domain. Key challenges to CSR in Iran include diverse and ambiguous state-owned and quasi-state enterprises, a charity-based and performative approach to CSR, political pressures on corporations for financial resources, corrupt economic practices, greenwashing, and neglect of workplace conditions and host communities. Regulations in the field of CSR—such as Article (80) of the Sixth Development Plan, Article (22) of the Seventh Development Plan, the Thirteenth Government's directive, and the Fourteenth Government's budget bill—have failed to meet the expectations of experts and practitioners in this field. The findings of this study indicate that governments should design appropriate soft and incentive-based regulations, focusing on transparency, to steer CSR resources toward addressing the real needs of society, particularly host communities. Subsequently, through evaluation and monitoring, they should prevent common corrupt practices in this area, such as greenwashing and the entrenchment of power relations for corrupt elites.
Cite this article: Sheikhi, S; (2023) Evaluating the Policies of Different Iranian Governments on Corporate Social Responsibility: Outlining an Optimal Model, <i>Journal of Social Problems of Iran</i> , 15 (2),245-266. https://doi.org/10.22059/IJSP.2025.376823.671235	
 © The Author(s). Publisher: University of Tehran Press. DOI: https://doi.org/10.22059/IJSP.2025.376823.671235	

ارزیابی سیاستگذاری دولت‌های مختلف ایران به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها؛ ترسیم الگوی مطلوب

سینا شیخی^۱^۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه تهران؛ رایانامه: Sina.sheikhi@ut.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	چالش‌های اجتماعی و محیط‌زیستی در اواخر قرن بیستم و تبدیل چالش‌ها به بحران در قرن بیست‌ویکم، توجه به امر اجتماعی در ساحت حکمرانی را بیش از پیش کرد. از آنجا که بازار و صنایع یکی از مهمترین کنشگران در جوامع امروز هستند و بسیاری از چالش‌های مذکور به‌ویژه در محیط‌زیست محصول جانبی فعالیت ایشان بوده است، موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نقشی ویژه برای جلوگیری از مخاطرات اجتماعی و زیست‌محیطی جهان امروز پیدا کرد. صنایع و شرکت‌ها به لحاظ اجتماعی و زیست‌محیطی مخاطرات فراوانی دارند و دولت‌های مختلف در ایران نیز در حکمرانی این موضوع نتوانسته است آنچنان که شایسته است این حوزه را تنظیم‌گری و قاعده‌گذاری کند. شرکت‌داری‌های متنوع و مهم دولتی و شبه‌دولتی، رویکرد خیریه‌ای و نمایشی به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، فشار قدرت‌های سیاسی به شرکت‌ها برای دریافت منابع مالی، روابط فاسد اقتصادی، سبزشویی و کم‌توجهی به محیط درونی کارگاه و جوامع میزبان از مهم‌ترین چالش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران است. مقررات حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از جمله ماده (۸۰) برنامه ششم توسعه، ماده (۲۲) برنامه هفتم توسعه، آیین‌نامه دولت سیزدهم و لایحه بودجه دولت چهاردهم، نتوانسته انتظارات کارشناسان و فعالان این عرصه را برآورده کند. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که دولت‌ها باید با تدوین مقررات مناسب نرم و تشویقی و با تمرکز بر شفافیت، منابع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به سوی نیازهای واقعی جامعه به ویژه جامعه میزبان سوق دهد. پس از آن نیز با ارزیابی و نظارت، مانع از فسادهای متداول این عرصه مانند سبزشویی و تحکیم روابط قدرت برای نخبگان فاسد شود.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۰۶	
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۱/۳۰	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۶	
تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۲/۲۰	
کلیدواژه‌ها:	
مسئولیت اجتماعی، توسعه، شرکت، سیاستگذاری، محیط‌زیست.	

استناد: شیخی، سینا (۱۴۰۳)؛ ارزیابی سیاستگذاری دولت‌های مختلف ایران به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها؛ ترسیم الگوی مطلوب، بررسی مسائل اجتماعی ایران، ۲۶۶-۲۴۵، (۲)۱۵. <https://doi.org/10.22059/IJSP.2025.376823.671235>



ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران. © نویسندگان.

DOI: <https://doi.org/10.22059/IJSP.2025.376823.671235>

مقدمه

مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها، تعهداتی است که بنگاه های اقتصادی و شرکتهای تجاری در برابر جامعه دارند. پژوهشگران حوزه سیاستگذاری معتقدند واحدهای تجاری فراتر از مسائل اقتصادی نسبت به جامعه، محیط زیست، بهبود زندگی و سلامت کارکنان، شهروندان و سایر ذینفعان مسئولیت دارند.

مسئولیت اجتماعی شرکت تعاریف متنوع و متکثری دارد. سازمان تجارت جهانی، مسئولیت اجتماعی را به عنوان تعهد یک کسب و کار برای عمل اخلاقی و کمک به توسعه در مقابل بهبود کیفیت زندگی کارکنان و رفاه جامعه محلی در کل تعریف می کند. کمیسیون اروپا مسئولیت اجتماعی شرکت ها را "کسب و کارهایی که مسائل اجتماعی و زیست محیطی را در عملیات تجاری و روابط خود با سهامداران خود ادغام می کنند" تعریف می کند.^۱

مسئولیت اجتماعی شرکت ها (CSR) به عنوان یک رویه سیاستی در قرن نوزدهم سرچشمه دارد. زمانی که مردم نسبت به نقش کسب و کارها در جامعه انتقاد کردند و به دلیل شرایط سخت کاری و زندگی کارگران و جوامع مختلف شروع به زیر سوال بردن نقش شرکت ها در بهبود جوامع کردند. این زمانی بود که فعالیت های صنعتی به شدت افزایش یافت و امپریالیسم ریشه ی سیستم اقتصادی جهانی بود که به سرعت در حال توسعه بود. مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها پاسخی برای بهبود وضعیت کارگران و جوامع پیرامونی پا به عرصه ظهور گذاشت. در واقع مسئولیت اجتماعی شرکت به استراتژی هایی اشاره دارد که شرکت ها کسب و کار خود را به گونه ای انجام دهند که اخلاقی، جامعه دوستانه و از نظر توسعه برای جامعه مفید باشد.

از اواخر قرن بیستم کنترل آلودگی های زیست محیطی، ایمنی و سلامت محیط کار، ایجاد فرصت های برابر شغلی، ارتقای کیفیت محصولات شرکت و رعایت حقوق کارگران، جزء لاینفک مطالبات اندیشمندان علوم اجتماعی و جامعه از کارخانجات و شرکت های تجاری بوده است.

به طور سنتی، کسب و کارها در درجه اول برای کسب درآمد و سود فعالیت می کنند. انگیزه سود اغلب به عنوان نمایانگر بی توجهی به سایر اهداف یک سازمان تلقی می شود. اما، امروزه کسب و کارها متوجه شده اند که برای سوددهی در محیطی که به سرعت در حال تغییر است و افکار عمومی نقشی تعیین کننده بر فروش و سود شرکت ها دارند، باید از نظر اجتماعی مسئولیت پذیر شوند. تحقیقات مختلفی نشان می دهند بی توجهی شرکت ها به این حوزه تأثیرات جدی بر اعتماد جامعه به آنها و بالطبع بر فروش محصولات و خدمات آنها داشته است (حساس یگانه و بزرگر، ۱۳۹۳). پایین آمدن قابل توجه فروش شرکت مک دونالد در سال ۲۰۲۴ در پی حمایت این شرکت از اسرائیل، باعث شد این شرکت نمایندگی خود را در سرزمین های اشغالی تغییر دهد.^۲ از این رو، تقاضا و انتظارات فزاینده ای از سوی ذینفعان مختلف وجود دارد که فراتر از توجه به سود و تجارت، شرکت ها از نظر اجتماعی مسئولیت پذیر باشند.

اصطلاح مسئولیت اجتماعی شرکت ها نخستین بار در دهه ۵۰ میلادی توسط هاوارد راثمن بوئن مطرح شد. وی در کتاب معروف خود یعنی «مسئولیت اجتماعی تاجر»، تاجر را مسئول سیاست ها و تصمیمات تجاری خود دانست و اینچنین مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت ها در علوم اجتماعی مطرح شد. (Bowen. 1953)

1 . single-market-economy.ec.europa.eu/industry/sustainability/corporate-sustainability-and-responsibility_en#:~:text=The%20Commission%20has%20defined%20CSR,their%20business%20strategy%20and%20operations

2 . mehrnews.com/x34CtQ

در سال به پیشنهاد کوفی عنان دبیر وقت سازمان ملل مسئولیت اجتماعی شرکتها در معاهده جهانی «گلوبال ایمپکت» گنجانده شد که در سال ۲۰۰۰ تصویب شد. این معاهده هرچند غیرالزام آور بود، اما ۴ حوزه را برای مسئولیت اجتماعی شرکتها مطرح کرد: حقوق بشر، حقوق کارگران، حفظ محیط زیست و مبارزه با فساد.^۱

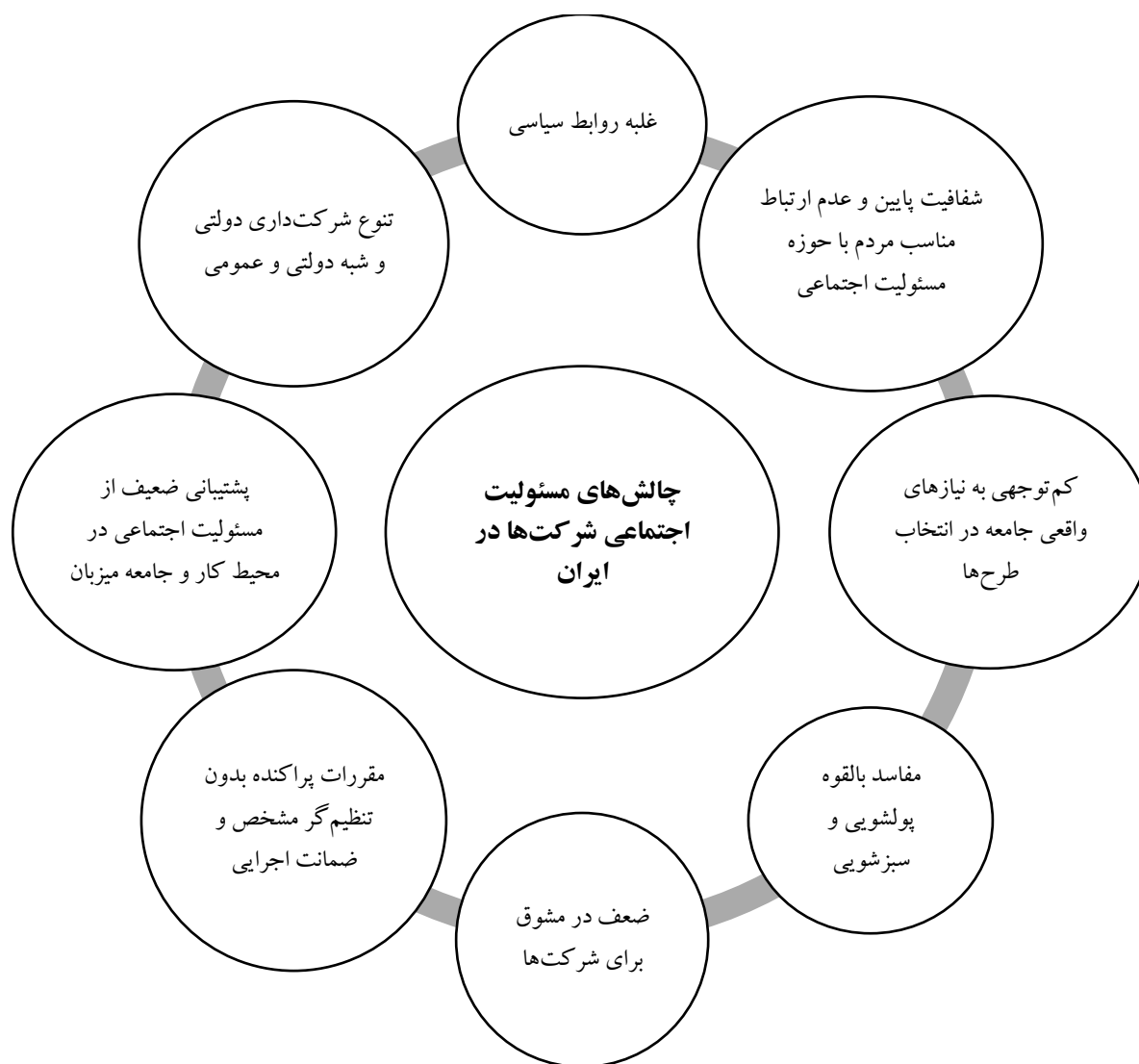
در سال ۲۰۱۰ نیز استاندارد راهنمایی ایزو ۲۶۰۰۰ نیز توسط سازمان بین المللی استاندارد تهیه شد که به استاندارد مسئولیت اجتماعی شرکتها معروف است. در این استاندارد هفت مورد برای ارزیابی شرکتها مدنظر قرار می گیرد که به شرح زیر هستند:^۲

۱. حاکمیت سازمانی؛ با تمرکز بر شفافیت و پاسخگویی شرکت
 ۲. حقوق بشر؛ با تمرکز بر عدم تبعیض و اجرای عدالت
 ۳. شیوه های کار؛ با تمرکز بر بهداشت و ایمنی محیط کار، روابط کار و گفتگوی اجتماعی میان گروه های مختلف شرکت
 ۴. محیط زیست؛ با تمرکز بر حفاظت از محیط زیست، کاهش آلودگی و استفاده از منابع تجدیدپذیر انرژی
 ۵. عدالت در عملکرد سازمانی؛ با تمرکز بر رقابت عادلانه و جلوگیری از فساد
 ۶. حمایت از مصرف کننده؛ با تمرکز بر سلامت و حفظ حریم خصوصی مصرف کنندگان
 ۷. توسعه جامعه؛ با تمرکز بر توسعه رفاه و آموزش در جامعه
- البته در اقتصادهای پیشرفته، مشارکت در پایداری محیط زیست به تعهد قانونی و اخلاقی بنگاه های تجاری تبدیل می شود. نمونه هایی از این قوانین در فرانسه و هند به چشم می خورد که بر شفافیت و توسعه جوامع محلی تمرکز دارند. لازم به ذکر است که مسئولیت اجتماعی در صنایع استخراجی که مقادیر قابل توجهی از منابع را مصرف می کنند، سختگیرانه تر و با قواعد جدی تری در جهان دنبال می شود؛ به این دلیل که امروزه، ثبات جامعه و محیط زیست یک نگرانی بزرگ است که در آن فعالیت های انسانی به ویژه صنایع استخراجی بدون شک اثرات زیست محیطی بی سابقه ای را به همراه داشته است (Zhang 2023).
- یک پژوهش متاخر درباره مسئولیت اجتماعی شرکتها در کشورهایی مانند مصر که به تازگی به این مفهوم رو کرده اند حاکی از آن است که این موضوع، بدون توجه به بحران های چندوجهی ویرانگر بر سلامت انسان و حیوانات و اثرات زیست محیطی صنایع، فاقد چارچوب های سیاستی روشن است. این پژوهش نشان می دهد که اقتصادهای نوظهور به دلیل نادیده گرفتن مسئولیت دولت در ارائه چارچوب های استراتژیک و خط مشی مناسب در قبال مسئولیت اجتماعی شرکتها برای ارتقای توسعه جامعه محلی و تضمین پایداری زیست محیطی منجر به فشارهای متعدد بر جوامع محلی و محیط زیست و حتی شرکتها می شوند. در نتیجه، فعالیت مسئولیت اجتماعی شرکتها انتظارات جوامع را منعکس نمی کند و باعث تشدید تنش در روابط کسب و کار و محیط پیرامونی می شود (Barsoum 2015).
- این وضعیت در ایران نیز وجود دارد. پژوهش دیگری از نگارنده این مقاله، نشان می دهد در ایران شرکتها به لحاظ اجتماعی و زیست محیطی مخاطرات فراوانی دارند و دولت نیز در حکمرانی این موضوع نتوانسته است آنچنان که شایسته است این حوزه را تنظیم گری و قاعده گذاری کند. شرکت داری دولتی و به ویژه شبه دولتی در ایران نیز پیچیدگی شرایط را بیشتر کرده است؛ چرا که قواعد مسئولیت اجتماعی درباره این شرکتها با نوع خصوصی آن تفاوت دارد. همچنین رویکرد خیریه ای و نمایشی به مسئولیت اجتماعی شرکتها، ایشان را از رسیدگی به وظایف اصلی ایشان در این حوزه که عبارتست از رفع آثار منفی بازمی دارد. برخی شرکتها نیز با سبزشویی و نمایش دوستدار محیط زیست بودن تلاش می کنند تا افکار عمومی را نسبت به خود مثبت کنند. همچنین فشار

1 . <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>

2 . <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>

قدرت های سیاسی به شرکت ها برای دریافت منابع مالی از مشکلات متداول این عرصه در ایران و جهان است که روابط فاسد اقتصادی و سیاسی را ایجاد می کند. یکی از مهمترین چالش ها که به نحوی معلول سایر چالش های مذکور نیز است، کم توجهی به محیط درونی کارگاه و جوامع میزبان (به ویژه در مناطق محروم) است؛ افرادی که بیشترین اثر و هزینه را در قبال فعالیت های یک شرکت متحمل می شوند، اما کمترین صدا را دارند. (شیخی ۱۴۰۱)



نمودار شماره (۱). چالش های مسئولیت اجتماعی شرکت ها در ایران

رفع این چالش‌ها نیازمند اهتمام، سیاستگذاری و نظارت توسط دولت به معنای اعم خویش است. چهار مقررات عمده در ایران در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها عبارتند از: ماده (۸۰) برنامه ششم توسعه و آیین‌نامه اجرایی آن، ماده (۲۲) قانون برنامه هفتم توسعه، آیین‌نامه دولت سیزدهم ذیل قانون بودجه ۱۴۰۲ و لایحه بودجه ۱۴۰۴ در دولت چهاردهم. بررسی‌های این مقاله حاکی از آن است که این مقررات نتوانسته‌اند آسیب‌های ذکرشده در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را مرتفع کنند. مقاله حاضر به دنبال آن است تا با آسیب‌شناسی مقررات مذکور و بهره گرفتن از آخرین دستاوردهای پژوهشی، مدلی مطلوب برای سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران ارائه کند.

پیشینه تحقیق

حوزه مسئولیت اجتماعی، یک عرصه جدید در مطالعات اجتماعی و بین‌رشته‌ای است؛ لذا مطالعات سیاست‌گذارانه این عرصه در مقالات پژوهشی و کتب در ایران کمتر به چشم می‌خورد.

مقاله «تبیین و اولویت بندی نقش‌های دولت در ترویج مسئولیت اجتماعی سازمانی از طریق خط مشی‌های عمومی» (خلعتبری معظم و همکاران، ۱۴۰۲) به کلیات تنظیم‌گری دولت در عرصه مسئولیت اجتماعی می‌پردازد و خط‌مشی‌های تنظیمی، تسهیل‌گرانه، شراکتی و تاییدی را معرفی و تبیین می‌کند.

پایان نامه ارشد «سیاستگذاری حکومت در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران» (امیدوار و همکاران، ۱۳۸۴) و گزارش سیاستی مستخرج از آن (امیدوار، ۱۳۹۱) نیز به مدل‌های ممکن تنظیم‌گری نقش دولت در ایران می‌پردازد و چهار نقش هدایت‌کننده، نقش رهبری به وسیله الگوشدن، نقش تسهیل‌کننده و نقش کاتالیزور را معرفی می‌کند.

هر دو منبع مذکور نگاهی نظری به این حوزه دارند و نگاهی انضمامی و سیاست‌پژوهانه نسبت به وضعیت ایران ارائه نمی‌کنند. البته مطالعات بین‌المللی فراوانی در این عرصه وجود دارد که بخش‌هایی از آن در این مقاله در بخش چارچوب مفهومی مورد توجه قرار گرفته است. که عمده آن‌ها به نقش قانونگذاری و نظارتی دولت توجه دارند. هرچند که شرایط ایران نیازمند بومی‌سازی آن نگاه‌های سیاستی است که تلاش این مقاله بر این نقطه متمرکز است.

گزارش «بررسی سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی در ایران و جهان» نوشته شیخی و همکاران در مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی از معدود گزارش‌های این حوزه است که نگاهی آسیب‌شناسانه به سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی دارد. مقاله حاضر با بهره جستن از این پژوهش پیشین نگارنده این مقاله به دنبال ارائه مدل برای جنبه اثباتی و ایجابی در حوزه سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران است.

در این نوشتار تلاش می‌شود ضمن ارائه مدلی از تنظیم‌گری دولت برای پیشینه‌کردن فواید اجتماعی شرکت‌ها با استفاده از آخرین نتایج پژوهشی و سیاستی در جهان به‌ویژه نسبت به جوامع میزبان صنایع و شرکت‌ها، قوانین و مقررات این حوزه و رویکرد دولت‌های مختلف در ایران نقد و بررسی شود.

روش تحقیق

این پژوهش از روش تحلیل محتوای جهت‌دار استفاده کرده است. در تحلیل محتوای جهت‌دار، هدف معبوسازی و گسترش دادن مفهومی چارچوب مفهومی یا خود نظریه است (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰: ۲۴). در این روش پژوهشگر با استفاده از منطق قیاسی و نظریات موجود، مفاهیم و متغیرهای اصلی را شناسایی و بر حسب آن متون را علامت‌گذاری، تحلیل و ارزیابی می‌کند. در پژوهش

حاضر با آسیب شناسی وضع موجود سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت ها و بررسی نمونه ها و پژوهش های موفق این حوزه یک مدل نظری برای بررسی مقررات این حوزه در ایران به دست آمد. پس از آن با حساسیت های آن مدل، مقررات مذکور ارزیابی و آسیب شناسی شدند. با توجه به اینکه سیاستگذاری در عرصه مسئولیت اجتماعی شرکت ها در جهان به قرن بیست و یکم بازمی گردد، در ایران نیز این موضوع در دهه ۹۰ شمسی مورد توجه سیاستگذاران قرار گرفت لذا دولت یازدهم اولین دولتی است که سیاست هایش در این حوزه بررسی می شود. در نهایت نیز مبتنی بر مدل ایجاد شده در چارچوب مفهومی و آسیب شناسی قوانین ایران، بسته سیاستی مطلوب برای سیاستگذاری عرصه مسئولیت اجتماعی شرکت ها در ایران ارائه می شود.

چارچوب مفهومی و ساخت مدل مطلوب سیاستگذاری

عملکرد کسب و کارها از مسئولیت اجتماعی شرکت ها در قبال جوامع میزبان، مزایای گسترده ای برای رشد و پیشرفت جامعه دارد. کسب و کارها و سازمان ها در حداقلی ترین نگاه و حتی برای بقا و رشد اقتصادی خود باید به مسئولیت اجتماعی شرکت توجه بیشتری داشته باشند تا از اعتراضات اجتماعی که می تواند مانع دستیابی به اهداف مشخص شده شرکت شود، اجتناب کنند. در رویکردهای عمیق تر باید توجه داشت در صورتیکه آسیب های اجتماعی و زیست محیطی با روند فعلی افزایش یابند، هیچ انسان و شرکتی نمی تواند بر کره زمین ادامه حیات دهد؛ پس شرکت ها برای زندگی آینده خود و فرزندانشان نمی توانند به مسئولیت اجتماعی خود بی تفاوت باشند.

یکی از نظریه های مسئولیت اجتماعی که در این مقاله مدنظر قرار داده شده، نظریه ذینفعان فریمن است. فریمن بیان می کند که تئوری ذینفعان نشان می دهد که تعهد یک شرکت تنها به حداکثر رساندن سود و افزایش رضایت سهامداران نیست. آنچه ذینفعان از سازمان خود انتظار دارند عبارتست از: صاحبان شرکت = مولفه های مالی، ارزش افزوده؛ کارکنان = دستمزد، رضایت شغلی، آموزش؛ مشتریان = تامین کالا و خدمات، کیفیت؛ جامعه = ایمنی و امنیت، مشارکت در جامعه؛ دولت = انطباق و رقابت پذیری عادلانه. علاوه بر این، فشار ذینفعان به عنوان توانایی و ظرفیت ذی نفعان برای تأثیرگذاری بر سازمان از طریق تأثیرگذاری بر تصمیمات آن تعریف می شود؛ موضوعی که شرکت را به ایفای مسئولیت اجتماعی خود سوق می دهد (Freeman 2005).

موضوع محوری در مسئولیت اجتماعی شرکت ها، جامعه پیرامونی شرکت است که از فعالیتهای شرکت بیشترین تأثیر را می پذیرد و اصطلاحاً جوامع میزبان نامیده می شوند. این جامعه بسته به اثر شرکت می تواند یک روستا، شهرستان، استان، کشور و حتی قاره و اقیانوس باشد. پژوهشگران معتقدند که بسیاری از حوزه های قانونی از مسئولیت اجتماعی شرکت ها به عنوان ابزاری برای توسعه اجتماعی-اقتصادی جامعه استفاده می کنند و شرکت ها متعهد شده اند تا با جوامع میزبان در این مسیر همراهی کنند تا ابتدا مانع از آسیب دیدن ایشان شوند و در مرحله دوم آسیب های باقیمانده را مرتفع سازند (Murphy 2013).

بنابراین، مسئولیت اجتماعی شرکت ها برای پیشگیری و جبران اقدامات غیرمسئولانه و مخرب شرکت به ویژه بر جوامع میزبان ضروری است. بسیاری از فعالیتهای اقتصادی محلی و خرد در جوامع میزبان، مانند کسب و کارهای خانگی، کشاورزی و ماهیگیری، ممکن است تحت تأثیر عملیات شرکت ها قرار گیرند. طبق گزارش ها، استخراج معادن و اکتشاف نفت بیش از سایر صنایع بر اکوسیستم های اجتماعی و زیست محیطی سراسر جهان تأثیر گذاشته است که منجر به از دست رفتن کسب و کار و امکانات معیشتی مردم محلی شده است. تلاش های مسئولیت اجتماعی شرکت ها باید شامل ایجاد ابزارهای جایگزین برای زندگی محلی ها از طریق آموزش مهارت ها، پروژه های اشتغال زا و حمایت های آموزشی باشد.

نتیجه یک تحقیق بین‌المللی درباره نتایج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در یک کشور در حال توسعه (اتیوپی) بدین شرح است که دولت را برای حمایت از جوامع محلی و محیط‌زیست موظف به تقنین و قاعده‌گذاری و نه صرفاً نظارت بر حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌داند:

«برای کاهش اثرات نامطلوب صنایع بر محیط‌زیست و جامعه، دولت باید مقررات سختگیرانه‌ای را برای این بخش‌ها وضع کند و سیاست‌ها، قوانین و مقررات موجود در مورد صنایع را در رابطه با اجرای آنها ارزیابی کند. صرفاً ارائه چارچوب‌های نظارتی موفقیت را تضمین نمی‌کند مگر اینکه ابزارهای سیاستی مناسب و اجرای قانونی ارائه شود. تا نفع جامعه، روابط کارآمد میان کنشگران مختلف و رسیدگی به مسائل مربوط به توسعه محلی ایجاد شود. این مطالعه نشان می‌دهد که سه عامل اصلی در عدم توفیق مسئولیت اجتماعی شرکتی وجود دارد: قوانین و مکانیسم‌های کنترل ضعیف، مقامات فاسد و فعالیت‌های غیرمسئولانه شرکت‌ها» (Abebe Mamo 2024).

پس بدین ترتیب قاعده‌گذاری و نظارت دولت در حوزه مسئولیت اجتماعی یک ضرورت است. محتوای این قاعده‌گذاری شامل متعادل کردن منافع در مقابل هزینه‌ها از جمله اثرات منفی ناخواسته فعالیت و توسعه شرکت است.

به منظور به حداکثر رساندن منافع، مسئولیت اجتماعی را می‌توان با یک رویکرد استراتژیک بهینه کرد که بازدهی مالی را به جوامع هدایت می‌کند، زیرساخت ایجاد می‌کند، سرمایه انسانی (مهارت‌ها و آموزش) را توسعه می‌دهد و از برنامه‌های استراتژیک اجتماعی و محیطی حمایت می‌کند. این امر مستلزم دو بعد سیاستی و فرهنگی است؛ بعد فرهنگی بر وجود گفتگوی باز بین شرکت‌ها، سازمان‌های دولتی و جوامع میزبان تکیه می‌کند.

اما در میان شرکت‌ها صنایع استخراجی و تولیدی در مقیاس متوسط و بزرگ امروزه چالش‌های انسانی و زیست‌محیطی بی‌سابقه‌ای را به همراه دارند. برای غلبه بر این اثرات منفی، دولت‌ها چارچوب‌های نظارتی را ارائه می‌کنند که کسب‌وکارها را به طور فعال در مسئولیت‌های اجتماعی در جایی که در حال فعالیت هستند درگیر می‌کند. یک پژوهش گسترده بین‌المللی درباره کشورهای در حال توسعه به بررسی دامنه و سطوح مسئولیت اجتماعی شرکت برای توسعه جامعه محلی از منظر مسئولیت اجتماعی و اقتصادی پرداخته است. در این پژوهش در مجموع ۴۰۱ جامعه محلی که در نزدیکی صنعت زندگی می‌کنند از چهار کشور جنوبی انتخاب شده‌اند. این مطالعه نشان می‌دهد نقش و تعهد صنایع در دستیابی به اهداف مسئولیت اجتماعی شرکتی در منطقه مورد بررسی، به دلیل پیگیری ضعیف، فساد و عدم تمایل دولت به اجرای کافی قوانین و مقررات، پایین است. این پژوهش نشان می‌دهد که مقامات ایالتی به جای اتکا به گزارش‌ها، باید بر اجرای چارچوب‌های نظارتی کسب‌وکار در سطوح مردمی نظارت و ارزیابی کنند. شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد منافع اقتصادی کسب‌وکارها و مقامات دولتی فاسد مانع توسعه جامعه محلی می‌شوند. جوامعی که باید در ازای منابع خود از مسئولیت‌های اجتماعی شرکت بهره‌مند شوند. دولت‌ها در برخی از کشورهای صنعتی، به‌ویژه بریتانیا، اتحادیه اروپا، ایالات متحده آمریکا و سایر کشورهای در حال توسعه در شرق آسیا، دستور کار گسترده‌ای را در ترویج و نظارت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اتخاذ کرده‌اند. با این حال، کشورهای دیگر در توسعه برنامه‌های مسئولیت اجتماعی عقب مانده‌اند. این پژوهش بیان می‌دارد که این کشورها نباید به سادگی از کشورهای توسعه‌یافته تقلید کنند، بلکه باید دستور کار مسئولیت اجتماعی را به گونه‌ای اتخاذ کنند که به پیشرفت متوازن و عادلانه و شرایط کشور آنها حساس باشد. همچنین این تحقیق بر موضوع شفافیت تاکیدی ویژه دارد و نشان می‌دهد که فقدان حکمرانی خوب و شفاف در این حوزه در کشورهای در حال توسعه در جنوب باعث شده نخبگان (اصحاب قدرت سیاسی و فرهنگی و اقتصادی) فاسد، بودجه فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به نفع خود و نه جوامع محلی خود منحرف کنند. از این رو با نبود شفافیت پیرامون مسئولیت اجتماعی باید با جدیت توسط دولت برخورد شود. در نهایت نیز این پژوهش بیان می‌کند که کشورهای نوپا در عرصه مسئولیت اجتماعی، آن را به عنوان یک عمل بشردوستانه و نه به عنوان ابزاری برای پیشرفت

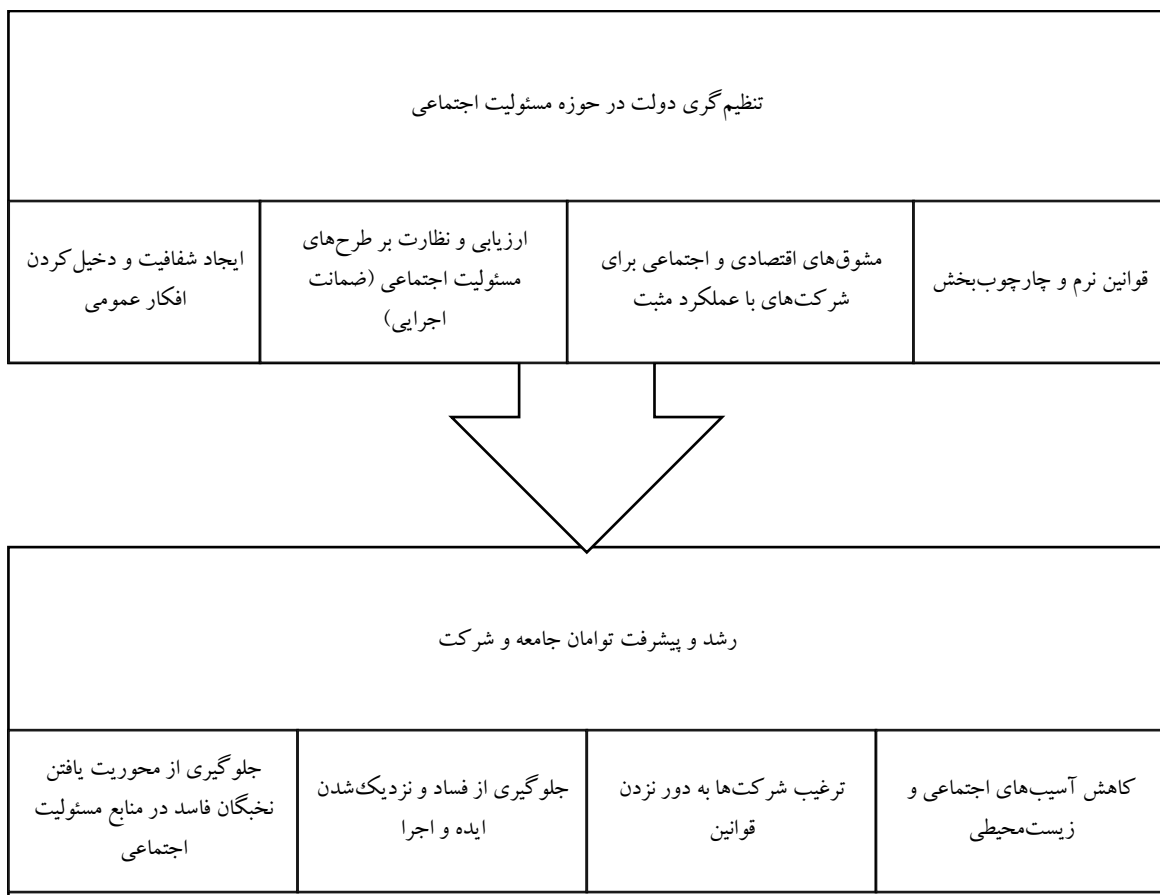
متوازن و عادلانه برای رشد اقتصادی و اجتماعی می بینند که این موضوع ریشه در عملکردهای نمایشی و درک نامناسب از اولویتهای این حوزه دارد. (Wirba 2024).

همچنین باید توجه داشت که مسئولیت اجتماعی شرکت ها فرصت قابل توجهی را برای دولت های کشورهای در حال توسعه در راستای همکاری با بخش خصوصی برای بهینه سازی اثرات مسئولیت اجتماعی شرکت ها بر توسعه جامعه در جوامع فقیر محلی فراهم می کند. به طور ضروری، این نشان می دهد که دولت ها فرصتی برای استفاده از پتانسیل مسئولیت اجتماعی شرکت ها و همسویی طرح های این حوزه با اولویتهای توسعه جوامع محلی دارند. مسئولیت اجتماعی شرکت ها باید به طور گسترده ریشه در این درک داشته باشد که شرکت ها و جامعه به یکدیگر نیاز دارند (Fox 2002).

مطالعه نگانده در کامرون بر تدوین مقررات نرم در این حوزه تاکید می کند. پژوهش ایشان نشان می دهد بین ایده و نحوه اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت ها گسست وجود دارد. کسب و کارها از مسئولیت خود صرف نظر کرده اند و دولت نیز نتوانسته چارچوب قانونی را فراهم کند که در آن شرکت ها بتوانند به طور موثر به تعهدات خود عمل کنند. از زمان آغاز مسئولیت اجتماعی شرکت ها در کامرون، دولت کامرون در مورد این موضوع سکوت کرده است. دولت باید درگیر شود و قوانین نرمی را برای شرکت و حفظ نظم و قانون، تأمین امنیت و تأمین زیرساخت های عمومی و سایر خدمات حیاتی تدوین کند. آنها استدلال می کنند که در حالی که شرکت های مخابرات سیار (MTN) و سایر مشاغل در قبال جوامعی که در آن فعالیت می کنند مسئولیت اجتماعی دارند، دولت باید چارچوب لازم را برای اطمینان از رعایت مسئولیت های خود و شرکت فراهم کند. این مسئولیت دولت است که اطمینان حاصل کند که یک چارچوب نظارتی و اجرایی کافی وجود دارد و تضمین می کند که کسب و کارها به طور پایدار کار می کنند. بنابراین، دولت باید چارچوب قانونی را فراهم کند که در آن نیازهای مردم و نه تعداد کمی از نخبگان و قدرتمندان را برآورده شود (Ngaundje 2021).

پژوهشگران معتقدند هرچقدر سختگیری ها هم افزایش یابد شرکت های بزرگ را نمی توان به راحتی ملزم به رعایت مسئولیت اجتماعی شرکت ها کرد و باید مشوق هایی نیز در نظر گرفت. این شرکت ها با قدرت سیاسی و اقتصادی خود هر جریان قاعده ساز و هنجاری را می توانند دور بزنند. با این حال در بررسی ادبیات مسئولیت اجتماعی شرکت ها از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، دولت باید مستقیماً در فعالیت ها یا دستور کار مسئولیت اجتماعی شرکت ها با معرفی قوانین و سیاست های نرم که مستقیماً با این حوزه مرتبط است، به جای واگذاری آن به شرکت ها برای تنظیم ایمن یا داوطلبانه مداخله کند. امروزه ضروری است که دولت نه تنها مسئولیت اجتماعی را باید ترویج کند، بلکه با مقررات نرم و مشوق های مالیاتی این شرکت های بزرگ را به فعالیت مثبت در این حوزه سوق داد (Wirba 2024).

مجموعه نظریات و پژوهش ها حاکی از آن است که با تنظیم گری مناسب دولت در مدل زیر می توان به رشد و پیشرفت توانمند شرکت و جامعه به ویژه جامعه میزبان رسید. مولفه های هر بخش از این مدل متناظر با یکدیگر از نظریات این بخش گرفته شده اند.



نمودار شماره (۲). مدل تنظیم‌گری دولت در مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

در ادامه مبتنی بر مدل فوق، رویکردهای سیاستگذارانه دولت‌ها را در حوزه قوانین و مقررات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را با تمرکز بر رشد و پیشرفت جوامع محلی یا میزبان بررسی خواهیم کرد.

ارزیابی سیاستگذاری دولت‌های مختلف در حوزه مسئولیت اجتماعی

۱- دولت یازدهم و دوازدهم؛ قانون برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۱۳۹۶

در قانون برنامه ششم توسعه مصوب ۱۳۹۶ موضوع پیوست اجتماعی مطرح شد که آیین‌نامه آن سه سال بعد در سال ۱۳۹۹ در هیئت دولت تصویب شد. در **جزء ۲ بند «الف» ماده (۸۰) قانون برنامه ششم توسعه** چنین آمده است:

«تهیه و تدوین پیوست‌های اجتماعی در طراحی کلیه برنامه‌های کلان توسعه‌ای، ملی و بومی با توجه به آثار محیطی آنها و به‌منظور کنترل آثار یادشده و پیشگیری از ناهنجاری‌ها و آسیب‌های اجتماعی با تصویب شورای اجتماعی کشور آیین‌نامه اجرائی این بند به پیشنهاد وزارت کشور (سازمان امور اجتماعی) به تصویب هیأت وزیران می‌رسد.»

آیین نامه اجرایی این جزء در سال ۱۳۹۹ (۳ سال بعد از تصویب قانون برنامه ششم) تصویب شد و به موجب آن پیوست اجتماعی به عنوان «سندی متضمن شناسایی محیط انسانی، جمعیت، مناطق تحت تأثیرات احتمالی (سرزمین)، تعیین واکنش های احتمالی طرف های تحت تأثیر، ارزیابی از آثار و پیامدهای اجتماعی و ارایه پیشنهادهای اجرایی لازم با هدف تقویت آثار مثبت و حذف یا کاهش پیامدهای مخرب و یا اصلاح برنامه کلان توسعه ای» تعریف شده است. ماده (۳) این آیین نامه نیز نقش مشاور مطالعات اجتماعی برای ارزیابی تأثیر اجتماعی تعریف می کند. در ماده (۶) تمام دستگاه های اجرایی و مجریان برنامه های کلان توسعه را به انتشار تمام اسناد و مدارک مربوط به مطالعات پیوست اجتماعی را ۶۰ روز پیش از اجرای برنامه بر روی تارنمای خود موظف کرده است. ماده (۷) نیز به کارفرمایان دولتی مجوز داده تا ۴٪ اعتبارات هر برنامه را پس از مبادله موافقتنامه با سازمان برنامه و بودجه، برای طرح های پیشنهاد شده در مطالعات اجتماعی ماده (۳) در محدوده طرح و صرفاً از طریق دستگاه مسئول هر موضوع هزینه نماید.

همچنین در جزء ۵ بند «الف» ماده (۴۳) قانون برنامه ششم توسعه ۱٪ از فروش معادنی که بهره برداری از آنها خسارتهایی به اهالی ساکن در محل رسانده است، پس از واریز به خزانه معین استان نزد خزانه داری کل کشور به جبران خسارت های مذکور و در صورت وارد شدن آسیب های عمومی، به فعالیت های بهداشتی، درمانی و عمرانی مورد نیاز منطقه درگیر اختصاص می یابد. در بخش چارچوب مفهومی اشاره شد که حوزه مسئولیت اجتماعی نیازمند قوانین الزام آور و نظارت پسینی دولت است. همچنین مشارکت محلی و شفافیت از عمده ضرورت های قانون گذاری این عرصه است که هیچ یک از این موارد در این قانون لحاظ نشده است. لذا ماده (۸۰) به دلیل نداشتن ضمانت اجرایی عملاً نتوانست دستاورد ویژه ای به دست آورد. در آیین نامه اجرایی جزء (۲) بند (الف) ماده (۸۰) برنامه ششم توسعه اساساً شرکت ها برای تاسیس در مناطق مکلف به ارزیابی آثار اجتماعی تأسیس خود در آن منطقه نیستند و صرفاً شرکت ها مجاز به هزینه کرد بخشی از منابع خود در این حوزه هستند، حال آنکه ممکن است به سبب تأثیر آن کارخانه در محل مورد نظر، ترکیب جمعیتی آن منطقه و امکانات موجود کاملاً مختل شود. ماده (۴۳) نیز به دلیل نبود شفافیت و گزارش دهی قابل ارزیابی نبوده است.

دائمی شدن جزء (۲) بند الف ماده ۸۰ برنامه ششم توسعه به صورت الزام آور یکی از موضوعاتی بوده که در سال های اخیر توسط فعالان حوزه اجتماعی مطالبه شده است. تاسیس هر کارخانه و شرکت جدید بر مولفه های اجتماعی و ساختاری هر منطقه ای تأثیر گذار است. مهیاسازی منطقه توسط شرکت یکی از وظایف ایشان است. از همین رو پیشنهاد می شود موضوع پیوست اجتماعی در ماده (۸۰) قانون برنامه ششم توسعه مبنی بر احداث شرکت ها و کارخانجات جدید ضمن دائمی شدن، در مورد ماده (۷) آیین نامه اجرایی آن، به صورت الزام آور و نه تجویزی در آید. همچنین انتخاب پروژه های این حوزه باید با تأیید شورای برنامه ریزی استان باشد تا زیرساخت های ضروری و لازم آن منطقه تامین شود.

جدول زیر به طور خلاصه نسبت مولفه های چارچوب مفهومی این مقاله با محتوای قانون برنامه ششم توسعه در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت ها را نشان می دهد:

جدول شماره ۱. نسبت مولفه‌های چارچوب مفهومی با قانون برنامه ششم توسعه

مولفه‌های چارچوب مفهومی	قوانین نرم و چارچوب‌بخش	مشوق‌های اقتصادی و اجتماعی برای شرکت‌های با عملکرد مثبت	ارزیابی و نظارت بر طرح‌های مسئولیت اجتماعی (ضمانت اجرایی)	ایجاد شفافیت و دخیل کردن افکار عمومی
نسبت مولفه‌ها با قانون برنامه ششم توسعه	چارچوب مناسبی ارائه نمی‌کند	مشوقی در اختیار شرکت‌ها قرار نمی‌دهد	ضمانت اجرایی ندارد و اختیاری است.	نقشی برای افکار عمومی قائل نمی‌شود

۲- دستورالعمل دولت سیزدهم درباره تبصره «۹» قانون بودجه سال ۱۴۰۲ مصوب ۱۴۰۲/۶/۸

دولت سیزدهم نیز از ابتدای روی کار آمدن خود به حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توجهی ویژه کرد و در بُعد مقررگذاری از ابتدای حضور دولت در پی تدوین یک آیین‌نامه در این حوزه بود. این آیین‌نامه، ابتدا در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی پیگیری و تدوین شد و پس از چرخش میان بخش‌های دولت از جمله معاونت حقوقی، سرانجام این موضوع به شورای اطلاع‌رسانی دولت سپرده شد.

در هر صورت نتیجه کار در حوزه سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در دولت در قالب دستورالعمل موضوع بند «ط» تبصره «۹» ماده‌واحد قانون بودجه سال ۱۴۰۲ کل کشور به سرانجام رسید و این دستورالعمل در تاریخ ۱۴۰۲/۶/۸ به تصویب هیئت وزیران رسید.

در ادامه به بررسی مواد اصلی این دستورالعمل، به ویژه در ارتباط با هزینه‌کرد آن و تنظیم‌گری دولت، می‌پردازیم.

• ماده (۵): سرفصل‌های اختصاص منابع در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

متن دستورالعمل: «ماده ۵ - سرفصل‌های اختصاص منابع مربوط به مسئولیت اجتماعی به شرح زیر است:

- ۱ - پیشگیری و یا جبران آسیب‌های ناشی از فعالیت شرکت‌های دولتی در ابعاد مختلف.
- ۲ - پیشگیری و یا جبران خسارت‌های ناشی از حوادث و بلایای طبیعی و غیرمترقبه.
- ۳ - تعالی بخشی و ارتقای کیفیت زندگی جوامع محلی همجوار بر اساس سبک زندگی ایرانی - اسلامی و زیست‌عقیانه با رویکرد محرومیت‌زدایی، خوداتکایی و شکوفایی ظرفیت‌های پیشرفت محلی.
- ۴ - حمایت از اقشار کمتربرخوردار و یا نیازمند حمایت با رویکرد عدالت محوری و محرومیت‌زدایی.
- ۵ - تقویت ارزش‌های اساسی جامعه و ترویج فرهنگ متعالی بر اساس آموزه‌های دینی به ویژه فرهنگ ایثار و شهادت.
- ۶ - ارتقای پویایی، بالندگی و جوانی جمعیت در جهت تقویت اقتدار ملی.
- ۷ - حفظ حقوق نسل‌های آینده با رویکرد ایجاد توازن و تعادل در استفاده از منابع و سرمایه‌های ملی.
- ۸ - برخوردار ساختن جامعه از محیط زیست سالم و تأمین منابع حیاتی سالم (از قبیل هوا، آب، خاک و تنوع زیستی).
- ۹ - ارتقای سلامت عمومی جامعه با رویکرد اولویت بخشی پیشگیری بر درمان.
- ۱۰ - جهاد تبیین، معرفی آثار از جمله آثار فاخر، دستاوردها و ظرفیت‌های ملی و تکریم آنها.
- ۱۱ - پیشگیری و یا جبران آسیب‌های اجتماعی.»

یکی از مهم‌ترین ایرادهای این آیین‌نامه عدم سیاستگذاری در نحوه هزینه‌کرد و انتخاب پروژه است. موارد یازده‌گانه عنوان‌شده در سرفصل اختصاص منابع آن قدر وسیع و قابل‌تفسیر است که ذکر یا عدم ذکر آن در نحوه هزینه‌کرد تغییری ایجاد نمی‌کند. مواردی

مانند تعالی بخشی و ارتقای کیفیت زندگی و تقویت ارزش های اساسی جامعه تقریباً هر فعالیتی را شامل شود و همچنین می تواند هیچ فعالیتی را شامل نشود. عجیب آنکه موضوع جوامع میزبان و محلی در موارد هزینه کرد مسئولیت اجتماعی نیامده است که رکنی اساسی در این حوزه تلقی می شود.

در نظر گرفتن شرایط هزینه کرد در قالب مسئولیت اجتماعی براساس اسناد آمایش سرزمین و تدوین اسناد نیازمندی های مناطق مختلف کشور راه حلی برای کارآمدی مسئولیت اجتماعی شرکت هاست که در این دستورالعمل مغفول واقع شده است.

• ماده (۶): تصویب و ثبت طرح های پیشنهادی ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت ها در سامانه

متن دستورالعمل: «ماده ۶ - شرکت های دولتی مکلفند طرح های پیشنهادی ایفای مسئولیت اجتماعی را پس از تصویب در ارکان ذی صلاح و تأیید بالاترین مقام هر دستگاه، در سامانه ثبت نمایند.

تبصره - طرح پیشنهادی باید مشتمل بر مصوبه مراجع ذی صلاح شرکت دولتی، مبنای توجیهی و برنامه عملیاتی طرح مورد نظر، میزان هزینه کرد و چگونگی انطباق طرح مزبور با سرفصل های موضوع ماده (۵) این دستورالعمل باشد.»

نخست اینکه تصویب پروژه ها توسط مراجع ذی صلاح ابهام دارد که این ابهام در قانون نویسی خلاف ماده (۹) سیاست های کلی نظام قانونگذاری است.

اما موضوع مهم تری که در این ماده مستتر بوده، عبارت شرکت های دولتی است. باید توجه داشت بسیاری از شرکت های موجود در دولت سهام شان مستقیماً برای دولت نیست و نهادهای عمومی غیردولتی و مانند اینها سهام دار بوده و دارای حق رأی هستند. اگر صرفاً شرکت های دولتی مدنظر باشد، حتی بسیاری از پتروشیمی ها از این دستورالعمل خارج می شوند.

• ماده (۷): ثبت نظر شخصیت های حقوقی و حقیقی به عنوان پیشنهاد پروژه

متن دستورالعمل: «ماده ۷ - کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی می توانند پیشنهادهای خود مبنی بر تخصیص منابع مربوط به مسئولیت اجتماعی را جهت ارائه به نهادهای مشمول در سامانه ثبت کنند. نهادهای مشمول می توانند از میان پیشنهادهای ثبت شده در سامانه و یا غیر آن برای ایفای مسئولیت اجتماعی انتخاب نمایند.»

یکی از مهم ترین موضوعات این دستورالعمل ماده (۷) است که ذیل آن یک نظرخواهی عمومی و مشارکت خواهی در حوزه تصمیم گیری قرار دارد. بدین صورت که مردم می توانند پروژه های مورد نیاز خود را در سامانه ثبت کنند تا مسئولین یک آمایش سرزمین عملیاتی و انضمام بدون هزینه داشته باشند. این رویکرد گام مهمی در مردمی سازی و دخالت دادن مردم در تصمیم گیری هاست که در مقدمه و اصل سوم قانون اساسی تصریح شده است.

• مواد (۸ و ۹): ثبت، نظارت و ارزیابی اقدامات حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت ها

متن دستورالعمل: «ماده ۸ - سامانه با امکان ثبت عملیات مرتبط، گزارش گیری و ارزیابی لحظه ای و برخط اقدامات انجام شده کلیه دستگاه ها، توسط مرکز فناوری اطلاعات نهاد ریاست جمهوری ظرف یک ماه از زمان ابلاغ این دستورالعمل از محل اعتبارات مصوب مربوط ایجاد و نگهداری می گردد.

تبصره - کلیه مراحل فرایند اجرایی مربوط به حوزه مسئولیت اجتماعی، شامل ثبت پیشنهادهای از سوی کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی، انتخاب طرح ها و برنامه زمان بندی اجرایی و نیز مراحل مالی در فرآیند اجرا و تخصیص منابع و گزارش های تأیید شده پیشرفت طرح باید در سامانه ثبت شوند.

ماده ۹ - نظارت بر اجرای این دستورالعمل و راهبری سامانه، برعهده شورای راهبری متشکل از رئیس شورای اطلاع رسانی دولت (مسئول) و نمایندگان تام الاختیار وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت کشور، معاونت اجرایی رییس جمهور و دستیار رییس جمهور در امر مردمی سازی دولت است.

تبصره - شورای راهبری موظف است گزارش اقدامات انجام شده، نحوه تجهیز و تخصیص منابع و عملکرد دستگاه ها و میزان انطباق فعالیت های صورت گرفته با سرفصل های موضوع مواد (۳) و (۵) این دستورالعمل را در مقاطع زمانی شش ماهه به رییس جمهور و هیئت وزیران ارائه نماید.»

ارزیابی مسئولیت اجتماعی شرکت ها و پروژه های این حوزه یکی از موضوعات مهم و چالش برانگیز مسئولیت اجتماعی شرکت هاست. بسیاری معتقدند خودارزیابی شرکت ها شامل فعالیت های مضر و مخرب شرکت ها به ویژه در حوزه محیط زیست و کارگران نخواهد بود، اما سپردن نظارت و ارزیابی این حوزه بسیار تخصصی و چندرشته ای اجتماعی- اقتصادی به مرکز فناوری اطلاعات نهاد ریاست جمهوری کمی نامتناسب به نظر می رسد. البته وزارت تعاون، رفاه و کار اجتماعی، وزارت صمت و وزارت اقتصاد به دلیل مالکیت شرکت های دولتی در ارزیابی این پروژه ها تعارض منافع خواهد داشت، اما تشکیل شورای ذیل سازمان محیط زیست با حضور نهادهای علمی و دانشگاهی می تواند ناظر بهتری برای این حوزه باشد. در غیر این صورت ثبت برخط گزارش ها و قضاوت عمومی و محلی قابل ثبت در سامانه، می تواند ناظر بهتری به حساب آید. درنهایت باید با تخلفات و اظهارات غیرواقع طی مراتبی برخورد شود تا ضمانت اجرایی صحت گزارش ها لحاظ شود.

اما همین ارزیابی که در ماده (۸) به مرکز فناوری اطلاعات ریاست جمهوری سپرده شده به اضافه نظارت بر انجام این دستورالعمل، در ماده (۹) به شورایی با ریاست رئیس شورای اطلاع رسانی دولت و نمایندگان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت کشور، معاونت اجرایی ریاست جمهوری و دستیار رئیس جمهور در امر مردمی سازی دولت سپرده شده است. شورای نظارتی ماده (۹) موازی با نظارت موضوع ماده (۸) که اصلی ترین نمایندگان و فعالان مسئولیت اجتماعی شرکت ها مانند سازمان حفاظت محیط زیست، وزارت نفت، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و وزارت آموزش و پرورش در آن غایب هستند.

• مواد (۱۰ و ۱۱): الزام بر اجرای دستورالعمل و ضمانت اجرایی آن

متن دستورالعمل: «ماده ۱۰ - رعایت مفاد این دستورالعمل در خصوص کلیه فعالیت هایی که توسط دستگاه اجرایی صورت پذیرفته و داخل در تعاریف موضوع بندهای (۱)، (۲) و (۳) ماده (۱) این دستورالعمل باشد، اعم از آنکه فعالیت مزبور تحت عناوین مذکور در این بندها و یا غیر آن صورت گرفته باشد، الزامی است.

ماده ۱۱ - در صورت تخطی از اجرای احکام این دستورالعمل، گزارش مربوط جهت تصمیم گیری و اقدام قانونی لازم علاوه بر رییس جمهور و هیئت وزیران به عالی ترین مقام مربوط ارائه می گردد.»

این دو ماده به ضمانت اجرایی و ضرورت عمل به دستورالعمل پرداخته که در جای خود امری مطلوب است، اما تخطی از آن را برعهده رئیس جمهور، هیئت وزیران و عالی ترین مقام مسئول سپرده است، که متناسب شأن و وقت ایشان نیست و بعید است عملیاتی شود. بهتر بود با تعریف یک تخلف اداری ضمانت اجرایی این دستورالعمل واقعی تر نوشته می شد.

در مجموع می توان گفت این دستورالعمل تلاش دولت سیزدهم برای ساماندهی این عرصه به دلایل مختلف ایجابی (کمک در حل مشکلات کشور) و سلبی (جلوگیری از سوءاستفاده ها) بوده است و شاید بهترین و اجتماعی ترین مقرر کشور در این حوزه باشد. مشارکت خواهی از مردم برای انتخاب پروژه و در نظر گرفتن سامانه ای برای شفافیت این عرصه از بهترین نقاط این مقرر هستند، اما برخی از بزنگاه های مهم حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت ها در این دستورالعمل مسکوت ماند و نتوانست پیشرفت جدی در این حوزه ایجاد کند.

مهم ترین ایرادهای وارد به دستورالعمل حاضر به این شرح هستند:

- ۱- متولی غیرمتناسب (شورای اطلاع رسانی دولت) با حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت ها،
 - ۲- در نظر نگرفتن مهم ترین بازیگران عرصه مسئولیت اجتماعی شرکت ها در دستورالعمل، مانند سازمان حفاظت محیط زیست، وزارت نفت، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و وزارت آموزش و پرورش،
 - ۳- بی توجهی به آمایش سرزمین در ساختار اداری و شورای برنامه ریزی استان،
 - ۴- نداشتن برنامه و ایده ای برای جلوگیری از سبزشویی،
 - ۵- در کنار هم قراردادن دو حوزه مستقل اطلاع رسانی و مسئولیت اجتماعی شرکت ها در یک دستورالعمل.
- جدول زیر به طور خلاصه نسبت مولفه های چارچوب مفهومی این مقاله با محتوای دستورالعمل دولت سیزدهم در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت ها را نشان می دهد:

جدول شماره ۲. نسبت مولفه های چارچوب مفهومی با دستورالعمل دولت سیزدهم

مولفه های چارچوب مفهومی	قوانین نرم و چارچوب بخش	مشوق های اقتصادی و اجتماعی برای شرکت های با عملکرد مثبت	ارزیابی و نظارت بر طرح های مسئولیت اجتماعی (ضمانت اجرایی)	ایجاد شفافیت و دخیل کردن افکار عمومی
نسبت مولفه ها با دستورالعمل دولت سیزدهم	حوزه های کلان و قابل تفسیر برای مصادیق مسئولیت اجتماعی در نظر گرفته شده	مشوقی در اختیار شرکت ها قرار نمی دهد	ضمانت اجرایی در اختیار رئیس جمهور و هیات وزیران است که وقت کافی برای این موضوع ندارند.	سامانه برخط نشان از توجه به افکار عمومی دارد.

۳- قانون برنامه هفتم توسعه

در قانون برنامه هفتم توسعه که توسط دولت سیزدهم تدوین شد و در مجلس شورای اسلامی دوره یازدهم به تصویب رسید عمده ترین بخش مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت ها به ماده (۲۲) بازمی گردد. در این ماده در بند «الف» بحث ارزیابی تأثیرات زیست محیطی یا همان پیوست زیست محیطی طرح های بزرگ مطرح شده است. در این ماده مقرر شده تا پیش از انجام طرح های بزرگ و توسعه ای در دستگاه های اجرایی، با شاخص ها و ضوابط و معیارهای زیست محیطی که به تصویب شورای عالی حفاظت محیط زیست می رسد، توسط سازمان حفاظت محیط زیست مورد ارزیابی اثرات زیست محیطی قرار گیرد. سازمان محیط زیست نیز باید ظرف سه ماه یا نهایتاً پنج ماه نظر کارشناسی خود را اعلام کند در غیر این صورت در صورت ایجاد مشکل این سازمان مسئول و ضامن خواهد بود. همچنین مقرر شده است آیین نامه این بند توسط سازمان محیط زیست تدوین شود که تا کنون این اتفاق رخ نداده است. مهمترین مساله درباره این بند کافی نبودن منابع و امکانات سازمان برای تدوین گزارش های ارزیابی طرح ها است. همچنین مشخص نیست در صورت عدم پاسخگویی طی ۵ ماه چه کسانی و با چه ترتیبی مسئول خواهند بود. و فراتر از آن ضوابط تدوین آیین نامه در این

قانون نگاشته نشده است. شان قانون بیان ضوابط و معیارهای تدوین آیین‌نامه است که در این بند قانونی لحاظ نشده است. علاوه بر این موارد، باید توجه داشت که جلب مشارکت سازمان‌ها و مردم محلی در این حوزه چنانکه ذکر شد، موضوعیت دارد. دولت در این حوزه باید تدوین‌کننده ضوابط و ناظر بر آن‌ها باشد، نه اینکه مجری تدوین گزارش‌های ارزیابی اثرات زیست‌محیطی بشود!

موضوع عجیب‌تر به بند «ب» این قانون بازمی‌گردد؛ جایی که دستگاه‌های اجرایی مکلف شده‌اند تا طرح‌های کلان توسعه‌ای خود را مورد ارزیابی راهبردی زیست‌محیطی قرار دهند. از قضا آیین‌نامه این بند نیز باید توسط سازمان محیط‌زیست تدوین شود. آشکارا مشخص است نسبت میان بند «الف» و بند «ب» تدقیق نشده است؛ ارزیابی اثرات زیست محیطی که در بند «الف» باید توسط سازمان محیط‌زیست آماده شود و ارزیابی راهبردی زیست‌محیطی که باید توسط دستگاه تدوین شود! در نهایت این بند نیز بدون مشخص کردن ضوابط به آیین‌نامه سپرده شده است. در این صورت که موضوع بسیار کلی و مبهم و متناقض باشد و همه چیز به آیین‌نامه سپرده شود چه نیازی به تدوین قانون است!

در مجموع می‌توان گفت این قانون به مناسبات همکاری میان بخش‌ها بی‌توجه بوده است و مانند برنامه ششم توسعه ضمانت اجرایی مشخصی ندارد. همچنین ایده شفافیت و افکار عمومی که موضوع اصلی سیاستگذاری اجتماعی است در این قانون نادیده گرفته شده است.

جدول زیر به‌طور خلاصه نسبت مولفه‌های چارچوب مفهومی این مقاله با محتوای برنامه هفتم توسعه در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را نشان می‌دهد:

جدول شماره ۳. نسبت مولفه‌های چارچوب مفهومی با ماده (۲۲) برنامه هفتم توسعه

مولفه‌های چارچوب مفهومی	قوانین نرم و چارچوب‌بخش	مشوق‌های اقتصادی و اجتماعی برای شرکت‌های با عملکرد مثبت	ارزیابی و نظارت بر طرح‌های مسئولیت اجتماعی (ضمانت اجرایی)	ایجاد شفافیت و دخیل کردن افکار عمومی
نسبت مولفه‌ها با ماده (۲۲) برنامه هفتم توسعه	چارچوب و مدل به آیین‌نامه ارجاع شده، بدون مشخص کردن ضوابط	مشوقی در اختیار شرکت‌ها قرار نمی‌دهد	شیوه ارزیابی مبهم است و ضمانت اجرایی مشخصی ندارد.	توجهی به شفافیت و افکار عمومی ندارد.

۴- لایحه بودجه ۱۴۰۴ کل کشور

شاید بتوان رویکرد دولت چهاردهم در رابطه با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را در جزء ث تبصره (۸)^۱ این لایحه مشاهده کرد که به موجب آن شرکت‌های موضوع بند «پ» تبصره (۴) این لایحه و شرکت‌هایی که دولت (یا شرکت‌های دولتی و یا شرکت‌های

۱. لایحه بودجه سال ۱۴۰۴ کل کشور بند ث (شناسه بودجه‌ای ۷۰۱۱۲): در اجرای بند (ب) ماده ۷۶ قانون برنامه هفتم پیشرفت و در راستای ارتقای اخلاق و فرهنگ اسلامی و همچنین ترویج فرهنگ ایثار و شهادت، حمایت از تحکیم خانواده و جمعیت و رفع موانع رشد و شکوفایی بانوان اقدامات زیر انجام می‌شود:

۱- شرکت‌های موضوع بند «پ» تبصره (۴) این قانون و شرکت‌هایی که دولت (یا شرکت‌های دولتی و یا شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی سهام عدالت) دارای عضو هیئت مدیره بوده مکلف‌اند در اجرای تکالیف قانون و مقرراتی مربوط، حداقل چهل درصد (۴۰٪) از هزینه امور مسئولیت‌های اجتماعی خود را در مقاطع سه‌ماهه به میزان بیست و پنج درصد (۲۵٪)، به حساب «مسئولیت‌های اجتماعی و محرومیت‌زدایی» بنام سازمان برنامه و بودجه کشور در خزانه‌داری کل کشور واریز کنند، تا بصورت تجمیعی و مطابق برنامه عملیاتی و در راستای اجرای اهداف برنامه هفتم پیشرفت، صرف تولید محتوای فرهنگی، برنامه ترویج ازدواج، حمایت از خانواده، برنامه‌های جوانی جمعیت، برنامه توانمندسازی بانوان و آسیب‌زدایی از زنان و خانواده، تامین شیر مدارس، تقویت سرمایه انسانی دانش‌آموزان با اولویت مناطق محروم، دانش‌آموزان بازمانده از تحصیل، حمایت از نخبگان و مدارس استعداد درخشان، هم‌افزایی و ارتقای فعالیت‌ها و تولیدات فرهنگی، هنری و ورزشی از قبیل موضوعات قرآنی، برنامه‌ها و فعالیت‌های ستاد ملی جمعیت، اعتکاف، بنیاد حفظ آثار و نشر ارزش‌های دفاع مقدس،

سرمایه گذاری استانی سهام عدالت) دارای عضو هیئت مدیره بوده؛ مکلف شدند در اجرای تکالیف قانون و مقرراتی مربوط، حداقل چهل درصد (۴۰٪) از هزینه امور مسئولیت های اجتماعی خود را در مقاطع سه ماهه به میزان بیست و پنج درصد (۲۵٪)، به حساب «مسئولیت های اجتماعی و محرومیت زدایی» بنام سازمان برنامه و بودجه کشور در خزانه داری کل کشور واریز تا در اجرای بند (ب) ماده ۷۶ قانون برنامه هفتم پیشرفت و در راستای ارتقای اخلاق و فرهنگ اسلامی و همچنین ترویج فرهنگ ایثار و شهادت، حمایت از تحکیم خانواده و جمعیت و رفع موانع رشد و شکوفایی بانوان»، هزینه شود.

اگرچه اهداف برشمرده در فراز بند ث تبصره ۸ لایحه بودجه ۱۴۰۴ و جزء «۱» آن؛ جملگی اهدافی مقدس به شمار می روند؛ اما در بسیاری از موارد با فلسفه و منطق حاکم بر مسئولیت اجتماعی شرکت ها در تضاد است. چنانکه اشاره شد جامعه در نظام حکمرانی سه کنشگر به هم پیوسته دارد: دولت، بازار و مردم. در نظام های فکری مختلف این سه ضلع در نسبت های مختلف مانند همکاری یا رقابت و حتی انحصار پیش می روند. در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران این سه کنشگر یاورانی در کنار هم و دارای مسئولیت نسبت به یکدیگر شناخته می شوند. اما به دلیل برنامه های داخلی و خارجی این تنظیم تا حدی برهم خورده و تداخل و تراحم این سه بخش موجب اصطکاک و حتی فرسایش میان این کنشگران شده است. نمونه ای از این تنظیم نامناسب که در لایحه بودجه ۱۴۰۴ در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت ها به چشم می خورد. مسئولیت اجتماعی شرکت ها یک مقوله اقتصادی و اجتماعی است که در الگوی متعادل می تواند تعهد شرکت ها نسبت به جامعه را عملیاتی کند و البته دولت به عنوان ناظر مانع از انحراف این مسیر و ایجاد مشکلات متداول این حوزه در جهان است. جامعه نیز هم مخاطب مسئولیت اجتماعی شرکت ها است و هم می تواند کنشگری همراه و ناظر و تصمیم گیر و حتی مجری در این حوزه باشد. لازم به ذکر است که این بند در کمیسیون تلفیق مجلس شورای اسلامی با تلاش پژوهشگران و کارشناسان مرکز پژوهش های مجلس و با همکاری نمایندگان مجلس شورای اسلامی اصلاح و بخش قابل توجهی از

مرمت بناهای تاریخی، اردوهای زیارتی و راهیان نور و پیشرفت، اردوهای جهادی، گردهمایی ها، یادواره ها و گلزارهای شهدا، طرح مسجد محوری، کمک به مساجد، ارتباط حوزه و دانشگاه، گروه ها و مجامع تخصصی مردمی، نمایشی، مطبوعاتی، رسانه ای نوین، نشر و کتاب، ترویج فرهنگ کتابخوانی و تولید محتوای فرهنگی فاخر فارسی در فضای مجازی، گردشگری، پروژه های مناطق محروم، حاشیه شهرها و سکونتگاه های غیررسمی توسعه و آموزش سواد رسانه ای نماید.

۲- در خصوص شرکت های دولتی، بانک ها و مؤسسات انتفاعی وابسته به دولت به استثنای شرکت های زیان ده یا دارای زیان انباشته و سربه سر مندرج در پیوست شماره (۳) این قانون و یا شرکت هایی که یک درصد هزینه جاری آنها بیش از کل سود آنها بر مبنای ارقام مندرج در پیوست شماره (۳) این قانون است، چنانچه واریزی جزء (۱) این بند کمتر از یک درصد (۱٪) از خالص هزینه های جاری به استثنای هزینه های سود و جریمه های بانکی و بیمه خود بود، با رعایت موازین شرعی تا سقف مذکور را به حساب «مسئولیت های اجتماعی و محرومیت زدایی» واریز کنند.

۳- در خصوص شرکت های موضوع جزء (۲) این بند در صورت استنکاف دستگاه های مشمول این بند، خزانه داری کل کشور مکلف است به صورت سه ماهه از سرجمع اعتبارات مذکور برداشت و به حساب فوق الذکر برای فعالیت های یادشده واریز نماید. در خصوص شرکت های بورسی، سازمان بورس و اوراق بهادار مسئول نظارت بر اجرای جزء (۱) این بند است. کلیه شرکت های مشمول مکلف به انعکاس عملکرد این بند در صورت های مالی می باشند.

۴- تلفیق منابع این بند با اعتبارات شبکه بانکی جهت صدور تسهیلات بانکی ترجیحی با رعایت مقررات هیات عالی بانک مرکزی مجاز است.

۵- اعتبارات مربوط به مصارف موضوع این حکم، صرفاً مطابق برنامه عملیاتی و پرداخت به ذینفع نهایی و متناسب با میزان وصول اختصاص می یابد. آیین نامه اجرایی این بند به پیشنهاد سازمان برنامه و بودجه کل کشور و با همکاری وزارت آموزش و پرورش، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت ورزش و جوانان، ستاد ملی جمعیت، سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری، وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، وزارت ورزش و جوانان، شورای اطلاع رسانی دولت به تصویب هیئت وزیران می رسد.

احکام آن حذف شد.^۱ اما از آنجاکه در این گزارش رویکرد دولت‌ها به مقوله مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مطمح نظر است، متن مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در لایحه بودجه ۱۴۰۴ به عنوان نظر دولت مورد نقد و بررسی قرار خواهد گرفت تا ایرادات و اشکالات این رویکرد مشخص شود.

نکته نخست درباره اولویت داشتن موضوعات مذکور برای هزینه‌کرد منابع مسئولیت اجتماعی شرکت‌هاست. یعنی فارغ از اهمیت موضوعات که حتما در جای خود اهمیت دارند، آیا منابع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها باید به این موضوعات تخصیص یابد؟ چنانکه در چارچوب مفهومی مشاهده شد، امروزه شرکت‌ها با چند چالش اساسی روبرو هستند که منابع مسئولیت اجتماعی باید متوجه آن‌ها باشد. نخست ضرر و لطمه‌ایست که این شرکت‌ها به محیط زیست وارد می‌کنند. پسماند کارخانه‌ها، گازهای مضر صنایع نفت و گاز، برداشت منابع آبی و آلودگی دریا از مهمترین این مشکلات هستند که اگر منابع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به این موضوعات تخصیص نیابند جایگزینی نخواهند داشت و ضربه‌های تاریخی و بین نسلی به جامعه ایران وارد می‌شود. از این موضوع حیاتی که بگذریم مساله جوامع پیرامونی صنایع پیش می‌آید که عمده صنایع دارای مسئولیت اجتماعی در استان‌های محروم قرار دارند که حق ایشان از منابع مسئولیت اجتماعی در اولویت قرار دارد. موضوعی که عدم اهتمام به آن در سال‌های اخیر در قالب تنازعات جوامع محلی و صنایع ظهور و بروز داشته است و حتی منجر به ایجاد خرابکاری در نوع حاد خود می‌شود. چرا که مردم پیرامون صنایع تصور این را دارند که ثروت آن‌ها برای مرکز و آلودگی و فقر سهم ایشان است. موضوعی که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌تواند برنامه‌ریزی مناسبی برای حل این مشکل باشد.

موضوع دیگر در این لایحه نحوه تخصیص منابع مذکور است. در ادامه حکم لایحه آمده که «در اجرای تکالیف قانون و مقرراتی مربوط، حداقل چهار درصد (۴۰٪) از هزینه امور مسئولیت‌های اجتماعی خود را در مقاطع سه‌ماهه به میزان بیست و پنج درصد (۲۵٪)، به حساب «مسئولیت‌های اجتماعی و محرومیت‌زدایی» بنام سازمان برنامه و بودجه کشور در خزانه‌داری کل کشور واریز کنند، تا بصورت تجمیعی و مطابق برنامه عملیاتی و در راستای اجرای اهداف برنامه هفتم پیشرفت، صرف برنامه‌های مذکور در صدر حکم شود. ما در سالی قرار داریم که مزین به عنوان «مشارکت مردم» است و مساله مردمی‌بودن نظام اسلامی از قانون اساسی تا کنون مدنظر رهبران انقلاب اسلامی بوده است. یعنی حاکمیت با مشارکت مردم در سطوح مختلف تصمیم‌گیری، نظارت، مطالبه‌گری و اجرا

۱. قانون بودجه سال ۱۴۰۴ کل کشور بند ۸ تبصره ۸ (شناسه بودجه‌ای ۷۰۱۱۲): در اجرای بند (ب) ماده (۷۶) قانون برنامه هفتم پیشرفت و در راستای ارتقای اخلاق و فرهنگ اسلامی و همچنین ترویج فرهنگ ایثار و شهادت، حمایت از تحکیم خانواده و جمعیت و رفع موانع رشد و شکوفایی بانوان اقدامات زیر انجام می‌شود:

۱- شرکت‌های دولتی، بانکها و مؤسسات انتفاعی وابسته به دولت مندرج در قانون بودجه سنواتی مکلفند حداقل یک درصد (۱٪) از اعتبار هزینه‌های (جزء ۱) جدول مصارف پیوست شماره (۳) خود را برای هم‌افزایی و ارتقاء فعالیت‌ها و تولیدات فرهنگی براساس آیین‌نامه‌ای که توسط کارگروهی در بند (ب) ماده (۷۶) قانون برنامه هفتم پیشرفت تعیین گردیده، اختصاص دهند.

۲- در خصوص شرکت‌های موضوع جزء (۱) این بند در صورت استتکاف دستگاه‌های مشمول این بند، خزانه‌داری کل کشور مکلف است به صورت سه‌ماهه از سرجمع اعتبارات مذکور برداشت و به حساب فوق‌الذکر برای فعالیت‌های یادشده واریز نماید. درخصوص شرکت‌های بورسی، سازمان بورس و اوراق بهادار مسئول نظارت بر اجرای جزء (۱) این بند است. کلیه شرکت‌های مشمول مکلف به انعکاس عملکرد این بند در صورت‌های مالی می‌باشند.

۳- حذف شد.

۴- حذف شد.

۵- حذف شد.

امور مختلف را پیش می برد. اما اکنون شاهد تقلیل نقش مردم به مجری برنامه های دولت و حتی تامین کننده منابع مالی دولت هستیم و در نحوه هزینه کرد آن منابع گروه های مردمی اعم از تشکلهای و تعاونی ها و گروه های جهادی و ... حذف شده اند. این چنین دولتی کردن امور و به حاشیه راندن مردم نه تنها کمکی به نتایج مذکور در لایحه بودجه نخواهد کرد، بلکه موجب پایین آمدن نشاط و سرمایه اجتماعی خواهد شد. دولتی کردن روزانه امور مختلف باعث شده که مردم تحرک اجتماعی خود را از دست دهند و در امور مختلف منتظر دولت و کنش دولتی باشند؛ چنانکه این اتفاق در راهپیمایی ها و جشن ها و عزاداری های مذهبی نیز دیده می شود. البته این مشکل ریشه ای اساسی دارد که در عدم تنظیم مناسب بخش های مختلف حکمرانی است و ما نیازمند یک سند بالادستی کلان و جامع هستیم تا بدانییم وظایف و نحوه همکاری بخش های مختلف حکمرانی چگونه باید باشد.

آخرین نکته نیز به پیش بینی نتیجه این حکم در واقعیت بازمی گردد. منابع عمومی مانند انفال و مالیات باید برای توسعه کشور و بازتوزیع منابع به منظور تحقق عدالت هزینه شوند. اما مشکلات دولت در طراز نشدن بودجه باعث شده که بعضا شاهد آن باشیم که منابع مذکور به پرداخت حقوق کارکنان و رفع مشکلات دولت اختصاص یابد. واقعی نبودن بسیاری از اعداد در بخش منابع لایحه بودجه ۱۴۰۴ مانند فروش نفت و واگذاری بنگاه های دولتی باعث می شود که در بودجه دچار ناترازی شویم. نتیجه این ناترازی هر ساله خود را در حذف برنامه های توسعه ای و عمومی نشان می دهد؛ مانند پرداخت نشدن هزاران میلیارد تومان حق تعاونی های فراگیر از محل واگذاری های دولتی در چند سال اخیر. نگرانی جدی و واقعی این است که با وصول نشدن منابع لایحه بودجه ۱۴۰۴، دولت برای هزینه حقوق و دستمزد و ...، منابع مسئولیت اجتماعی شرکت ها را که اینک آن را در خزانه خود می بیند، هزینه کند.

جدول زیر به طور خلاصه نسبت مولفه های چارچوب مفهومی این مقاله با محتوای لایحه بودجه ۱۴۰۴ در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت ها را نشان می دهد:

جدول شماره ۴. نسبت مولفه های چارچوب مفهومی با لایحه بودجه ۱۴۰۴

مولفه های چارچوب مفهومی	قوانین نرم و چارچوب بخش	مشوق های اقتصادی و اجتماعی برای شرکت های با عملکرد مثبت	ارزیابی و نظارت بر طرح های مسئولیت اجتماعی (ضمانت اجرایی)	ایجاد شفافیت و دخیل کردن افکار عمومی
نسبت مولفه ها با لایحه بودجه ۱۴۰۴	چارچوب خاصی ندارد.	مشوقی در اختیار شرکت ها قرار نمی دهد.	شیوه ارزیابی مبهم است.	توجهی به شفافیت و افکار عمومی ندارد.

جمع بندی و نتیجه گیری

چنانکه اشاره شد پدید آمدن چالش های اجتماعی و محیط زیستی در اواخر قرن بیستم و تبدیل چالش ها به بحران در قرن بیست و یکم، توجه به امر اجتماعی در ساحت دانشگاه و سیاست را بیش از پیش کرد. از آنجا که بازار و صنایع یکی از مهمترین کنشگران در جوامع امروز هستند و بسیاری از چالش های مذکور به ویژه در محیط زیست محصول جانبی فعالیت ایشان بوده است، موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت ها نقشی ویژه برای جلوگیری از مخاطرات اجتماعی و زیست محیطی جهان امروز پیدا کرد.

در حوزه اجتماعی شرکت ها با سه دسته فعالیت و اقدام روبرو هستند. در دسته اول وظایف ذاتی اجتماعی یک شرکت وجود دارد؛ موضوعاتی مانند بیمه کارگران در این دسته قرار می گیرند. در دسته دوم با وظایف جبرانی در قبال خسارات وارده روبرو هستیم؛ خساراتی که مطلوب خود شرکت نیز نیست اما ادامه فعالیت شرکت معمولا این مخاطرات را ایجاد می کند. مسائلی مانند تخریب

راه‌های ارتباطی به سبب عبور و مرور ماشین‌های سنگین و آلودگی ایجاد شده به سبب سوخت‌های فسیلی در این دسته قرار می‌گیرند. دسته سوم وظایف داوطلبانه‌ایست که برخی شرکت‌ها برای پیشرفت جامعه خود و توسعه نشان تجاری خود در مسیر خیر همگانی جامعه انجام می‌دهند. اقداماتی مانند توان‌افزایی جامعه محلی در این دسته جای می‌گیرند.

اندیشمندان و سیاستگذاران اجتماعی، معتقدند در شرایط مخاطره‌آمیز فعلی که سخت‌ترین قواعد و قوانین نیز نتوانسته پشتیبانی مناسبی از حوزه اجتماعی به عمل آورد، بسترسازی برای ورود افکار عمومی به این حوزه راهکار مناسبی برای جلوگیری از مخاطرات مذکور است. در این راستا شفافیت عملکرد و دخیل کردن افکار عمومی یک راهکار کلیدی در سیاستگذاری اجتماعی شرکت‌ها تلقی می‌شود. در ایران اما موضوع پیچیدگی‌های دیگری دارد. بخش عمده‌ای از اقتصاد ایران بر عهده شرکت‌های دولتی و شبه‌دولتی است. موضوع مسئولیت اجتماعی در این زیست‌بوم به ایجاد روابط سیاسی منجر شده است. علاوه بر این، میل برخی دولتمردان و شرکت‌ها به انجام امور خیریه‌ای باعث غفلت از پیشگیری و رفع آثار منفی شرکت‌ها به‌ویژه در حوزه محیط‌زیست شده است. همچنین نیز برخی شرکت‌ها، به ویژه شرکت‌های زیان‌ده دولتی تلاش داشته‌اند تا با انجام امور خیریه‌ای و نمایشی ضعف‌های عملکردی خود را بپوشانند. در نهایت نیز برخی از هزینه‌کردها به دلخواه شرکت‌ها (عمدتاً در بخش دولتی) یا به فشار سیاسی در محل‌های نامناسبی مانند باشگاه‌داری حرفه‌ای هزینه می‌شود.

در این مقاله نشان داده شد که قوانین و آیین‌نامه‌های حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در سه دولت اخیر نتوانسته انتظارات کارشناسان و فعالان این عرصه را برآورده کند. در ماده (۸۰) برنامه ششم توسعه اختیاری بودن رفع اثرات منفی برای شرکت‌های دولتی، ضمانت اجرایی مناسب را پدید نیاورد و با انقضای زمان این قانون عملاً آورده خاصی بر آن مترتب نشد. ماده (۲۲) قانون برنامه هفتم توسعه سوای ابهام و تناقض درونی، به مناسبات همکاری میان بخش‌ها بی‌توجه بوده است و مانند برنامه ششم توسعه ضمانت اجرایی مشخصی ندارد. همچنین ایده شفافیت و افکار عمومی که موضوع اصلی سیاستگذاری اجتماعی است در این قانون نادیده گرفته شده است. در آیین‌نامه دولت سیزدهم نیز تنظیم‌گری این حوزه به شورای اطلاع‌رسانی دولت سپرده شد که نهادی غیرتخصصی در این حوزه است. در دولت چهاردهم و لایحه بودجه نیز عملاً با دریافت مستقیم بودجه مسئولیت اجتماعی برای عمل به وظایف ذاتی دولت، عرصه بر کنشگری شرکت‌ها و رفع اثرات منفی شرکت‌ها بیش از پیش تنگ می‌شود.

یافته‌های این مقاله در بخش چارچوب مفهومی و آسیب‌شناسی مقررات موجود نشان می‌دهد برای تدوین یک قانون متناسب با زیست‌بوم ایران باید بر مولفه‌های زیر متمرکز بود:

۱. سازوکار قانون مبتنی بر مشوق مالیاتی و نه مجازات
۲. سیستم گزارش‌دهی عمومی و صحت‌سنجی گزارش‌ها بر اساس گزارش‌گران آزاد و مردمی؛ همچنین حمایت و هدیه به افشاگران فساد
۳. جلوگیری از سبزشویی شرکت‌های دولتی و شبه‌دولتی زیان‌ده
۴. معرفی شرکت‌های فعال و کارآمد به جامعه
۵. در نظر گرفتن اعتبار مالیاتی برای شرکت‌های شفاف و مشارکت‌جو از جوامع میزبان
۶. هماهنگی توسعه نشان تجاری شرکت و توسعه جامعه با نظرخواهی از مردم محلی در مرحله تصمیم و نظارت
۷. ایجاد ضمانت اجتماعی با افزایش حساسیت و اطلاعات جامعه
۸. اولویت رفع آثار منفی ایجادشده توسط شرکت بر حرکات نمایشی خیریه‌ای
۹. تدقیق تعریف شرکت‌های دولتی و شبه‌دولتی برای جلوگیری از فرار شرکت‌های عمومی و شبه‌دولتی از پاسخگویی

۱۰. ایجاد سامانه بارگذاری اطلاعات گزارش های حوزه مسئولیت اجتماعی
مدل زیر مولفه های یک قانون مطلوب مبتنی بر چارچوب مفهومی تنظیم گری دولت و یافته های سیاستگذاری این عرصه را نشان می دهد.

• سازوکار قانون مبتنی بر مشوق مالیاتی و نه مجازات • سیستم گزارش دهی عمومی و صحت سنجی گزارش ها بر اساس گزارش گران آزاد و مردمی • جلوگیری از سبزشویی شرکت های دولتی و شبه دولتی زیان ده	قوانین نرم و چارچوب بخش
• معرفی شرکت های فعال و کارآمد به جامعه • در نظر گرفتن اعتبار مالیاتی برای شرکت های شفاف و مشارکت جو از جوامع میزبان	مشوق های اقتصادی و اجتماعی برای شرکت های با عملکرد مثبت
• هماهنگی توسعه نشان تجاری شرکت و توسعه جامعه با نظرخواهی از مردم محلی در مرحله تصمیم و نظارت • ایجاد ضمانت اجتماعی با افزایش حساسیت و اطلاعات جامعه • اولویت رفع آثار منفی بر حرکات نمایشی خیریه ای	ارزیابی و نظارت بر طرح های مسئولیت اجتماعی
• تدقیق تعریف شرکت های دولتی و شبه دولتی برای جلوگیری از فرار شرکت های عمومی و شبه دولتی از پاسخگویی • ایجاد سامانه بارگذاری اطلاعات گزارش های حوزه مسئولیت اجتماعی	ایجاد شفافیت

نمودار شماره (۳). مدل مطلوب قانونگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت ها در ایران

منابع

- امیدوار، علیرضا. ۱۳۹۱. مسئولیت اجتماعی شرکت ها و ضرورت های سیاستگذاری حکومت در ترویج و توسعه ظرفیت های آن. شماره مسلسل ۱۲۸۵۳ مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی
- امیدوار، علیرضا. وحید، مجید. موثقی، احمد. ۱۳۸۴. سیاستگذاری حکومت در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکتها در ایران. دانشگاه تهران، دانشکده حقوق و علوم سیاسی
- ایمان، محمد تقی و نوشادی، محمودرضا. ۱۳۹۰؛ تحلیل محتوای کیفی، فصلنامه پژوهش، سال سوم، شماره دوم.
- حساس یگانه، یحیی و برزگر، قدرتاله. ۱۳۹۳. مقاله مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکتها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری، مجله حسابداری مدیریت، شماره ۶۶.
- خلعبری معظم، مریم. یزدانی، حمیدرضا. عسگری، ناصر. ۱۴۰۲. تبیین و اولویت بندی نقش های دولت در ترویج مسئولیت اجتماعی سازمانی از طریق خط مشی های عمومی. نشریه خط مشی گذاری عمومی در مدیریت، سال چهاردهم شماره ۱ (پیاپی ۴۹، بهار ۱۴۰۲)
- شیخی، سینا و همکاران. ۱۴۰۱. 'بررسی سیاستگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت ها در ایران و جهان'، مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی، ۱۸۷۹۲
- Abebe Mamo, Y., Mesele Sisay, A., Dessalegn WoldeSilassie, B., & Worku Angaw, K. . ۲۰۲۴. ' Corporate social responsibilities contribution for sustainable community development: evidence from industries in Southern Ethiopia.', *Cogent Economics & Finance*, (۱)۱۲
- Barsoum, G., & Refaat, S. . ۲۰۱۵ "We don't want school bags": Discourses on Corporate Social Responsibility in Egypt and the Challenges of a New Practice in a Complex Setting.', *International Journal of Sociology and Social Policy*, ۳۵(۶/۵), ۳۹۰-۴۰۲.
- Fox, T., Ward, H., & Howard, B. ۲۰۰۲. *Public sector roles in strengthening corporate social responsibility: A baseline study*.
- Freeman, R. E., & McVea, J. ۲۰۰۵ *A stakeholder approach to strategic management* (Blackwell).
- Murphy, P. E., & Schlegelmilch ,B. B. ۲۰۱۳. ' Corporate social responsibility and corporate social irresponsibility: Introduction to a special topic section', *Journal of Business Research*, ۶۶(۱۰), ۱۸۰۷-۱۸۱۳
- Ngaundje, D. L., & Kwei, H. ۲۰۲۱. 'Corporate social responsibility in Cameroon :The case of mobile telephone network (MTN). ', *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, (۲)۵
- Wirba, A.V. ۲۰۲۴. ' Corporate Social Responsibility (CSR): The Role of Government in promoting CSR', *J Knowl Econ* .۱۵
- Zhang ,S., Anser, M. K., Peng, M. Y. P., & Chen, C. 2023. 'Visualizing the sustainable development goals and natural resource utilization for green economic recovery after COVID- ۱۹pandemic', *Resources Policy*, ۸۰
- Bowen R..1953. .Social Responsibility of Businessman. NY : Harper andRow.